

Введение

Во II части нашего курса¹ мы рассмотрели проблемы потребительского поведения и спроса. При этом мы исходили из достаточно общей и реалистичной предпосылки, что покупательная способность потребителя ограничена его денежными средствами, с одной стороны, и экзогенно *заданными* и известными ему ценами товаров — с другой. Чтобы максимизировать свое удовлетворение или, точнее, извлекаемую из приобретаемых благ полезность, потребитель должен выбрать из всех возможных комбинаций приобретаемых благ (или товарных наборов) ту, которая в максимальной степени соответствует его предпочтениям, но при этом не превышает по своей стоимости его покупательной способности.

В III части мы познакомились с теорией производства и затрат. Мы установили, что при наличной технологии и экзогенно заданных ценах производственных ресурсов предприятие выбирает такую их комбинацию, которая позволит ему максимизировать выпуск при заданных затратах либо, наоборот, минимизировать затраты при заданном выпуске. И в той, и в другой части мы, таким образом, полагали *цены заданными*, что позволило нам временно абстрагироваться от проблем их определения.

¹ Гальперин В. М., Игнатъев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика. СПб., 1994. Т. 1. 2-е испр. изд. СПб., 1996, 1997. Все ссылки даются на 2-е издание.

Более того, сославшись на то, что спрос на производственные ресурсы — а от объема их применения зависит величина выпуска — определяется не заданными затратами производства, а максимумом прибыли (см. Приложение 7А), мы абстрагировались и от проблемы определения *величины выпуска*. Теперь пришел черед заняться изучением этих двух взаимосвязанных вопросов: чем и как определяются цены и выпуск товаров (или объемы использования производственных ресурсов). Для этого нам необходимо продвинуться за пределы тех «основ спроса и предложения», которые рассматривались в I части курса, и обратиться к изучению поведения предприятий при разном *строении рынка*. Ему будет посвящены IV и V части учебника. В первой из них мы рассмотрим поведение предприятий на рынках товаров, во второй — поведение экономических субъектов (не только предприятий) на рынках производственных ресурсов, или факторов производства.

СТРОЕНИЕ РЫНКОВ

Термин «внутреннее строение рынка» в русской экономической литературе был введен в 1906 г. В. С. Войтинским.² То, что здесь и в дальнейшем мы будем называть *типами строения рынка*, или просто *типами рынка*, соответствует англоязычному термину «market structures» (рыночные структуры), немецкому «market Formen» (рыночные формы), французскому «types de marché» (типы рынка). Помимо этих терминов для обозначения раздела науки, специально ориентированного на *вычленение* разных типов строения рынка, в немецкой литературе часто используется термин «морфология рынков», или просто «экономическая морфология»,³ а в англо- и франкоязычной его называют таксономией, или классификацией, рынков.

Термины, используемые для обозначения разных типов строения рынка, образованы из слов греческого происхождения, характеризующих принадлежность субъектов к одной из двух

² Войтинский В. Рынок и цены : Теория потребления, рынка и рыночных цен. СПб., 1906. С. 243.

³ См., например: *Stachelberg H. von. Grundlagen der Theoretischen Volkswirtschaftslehre*. Bern, 1948. S. 231; *Ойкен В. Основные принципы экономической политики*. М., 1959. С. 328.

сторон рынка — продавцам или покупателям⁴ — *proleo* (продаю) и *psoneo* (покупаю) и их численность — *mono* (один), *oligos* (несколько) и *poly* (много). Комбинируя их попарно, можно получить наиболее общую и простую классификацию типов строения рынка. В табл. 1 представлена такая классификация, предложенная в 1934 г. известным немецким экономистом Г. фон Штакельбергом,⁵ вклад которого в теорию олигополии будет рассмотрен в соответствующем разделе. Эту классификацию (с несущественными изменениями) можно и сейчас встретить в курсах микроэкономики (преимущественно немецких).⁶

Таблица 1

Типы строения рынков по Штакельбергу

Продавцы	Покупатели		
	много	несколько	один
Много	Двухсторонняя полиполия	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигопсония	Двухсторонняя олигополия	Монополия, ограниченная олигопсонией
Один	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двухсторонняя монополия

Характерная особенность приведенной в табл. 1 классификации в том, что в ней не нашлось места для двух хорошо известных из англо-американской (оригинальной или переводной) литературы типов строения рынка — рынков *совершенной* и *монопольстической* конкуренции. Это легко объяснимо. Ведь и на том, и на другом рынке *много* и покупателей и продавцов,

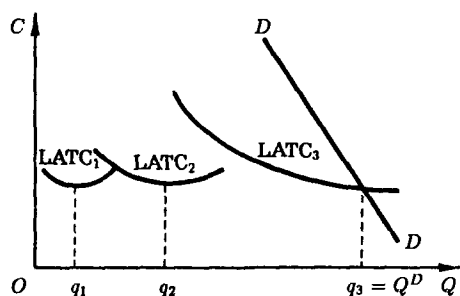
⁴ Не упускайте из вида, что предприятия-продавцы на товарном рынке выступают покупателями на факторном.

⁵ *Stackelberg H. von. Grundlagen...* S. 235. См. также: *Stackelberg H. von. Marktform und Gleichgewicht.* Wien ; Berlin. 1934.

⁶ См., например: *Franke L. Grundzüge der Mikroökonomie.* 5te Aufl. München ; Wien, 1992. S. 176; *Weise P., Braudes W., Eger T., Kraft M. Neue Mikroökonomie.* 3te Aufl. Heidelberg, 1993. S. 113.

и потому и тот и другой могут быть отнесены к двухсторонней полиполии. Разница же между ними состоит лишь в характеристике товара, обращающегося на том или ином рынке. Если этот товар *однороден* (гомогенен), или, проще, одинаков *во всех отношениях*, то двухсторонняя полиполия имеет характер *совершенной конкуренции*. Если же товар *неоднороден*, дифференцирован (гетерогенен), то двухсторонняя полиполия приобретает характер *монопольстической конкуренции* — каждый из множества продавцов продает определенную *разновидность товара* или сопровождает продажу однородного товара специфическими, характерными *только для этого продавца* дополнительными услугами. Понятия однородности и неоднородности товаров подробнее будут обсуждаться ниже.

На рисунке показана зависимость числа продавцов от *величины эффективной мощности предприятия*. Если кривая средних



Эффективная мощность предприятия и строение рынка.

общих затрат длительного периода имеет вид $LATC_1$, так что эффективная мощность предприятия, q_1 , мала, то для удовлетворения рыночного спроса Q^D требуется Q^D/q_1 предприятий. И чем выше это соотношение, тем большим будет число предприятий-продавцов, тем скорее их количество может быть *приблизительно* оценено наречием *много*.

Если кривая средних общих затрат предприятия имеет вид $LATC_2$, так что его эффективная мощность, q_2 , лишь в *несколько* раз меньше объема рыночного спроса, для покрытия рыночного спроса потребуется лишь *несколько* (Q^D/q_2) подобных предприятий. Наконец, когда рыночный спрос равен эффективной мощности одного предприятия ($q_3 = Q^D$), количество предприятий-продавцов на рынке окажется равным одному. Таким образом, *экономия от масштаба*, а точнее, *минимально эффективный масштаб производства (MES)* является основным фактором, определяющим число продавцов (много, несколько, один) на том или ином товарном рынке.

Поскольку IV часть учебника посвящена товарным рынкам, мы сосредоточим внимание лишь на тех типах рынка, которые поименованы в первой графе табл. 1 — двухсторонней полиполии в формах совершенной и монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Эти три типа рынка различаются в табл. 1 лишь по одному параметру — числу продавцов (много, несколько, один). В 50–60-х гг. XX в. гарвардские экономисты Э. Чемберлин и Дж. Бэйн⁷ предложили иную, основанную на трех поддающихся количественной оценке параметрах, формализованную классификацию типов строения рынка.

Э. Чемберлин⁸ предложил использовать для классификации рынков два критерия — *взаимозаменяемость товаров, предлагаемых разными предприятиями*, и *взаимозависимость этих предприятий*. Первый критерий может быть представлен коэффициентом *ценовой* перекрестной эластичности спроса на товары, предлагаемые предприятиями i, j :

$$e_{i,j}^p = \frac{dq_i}{dp_j} \frac{p_j}{q_i}, \quad (1)$$

второй — коэффициентом *объемной*, или *количественной*, *перекрестной* эластичности:

$$e_{i,j}^q = \frac{dp_i}{dq_j} \frac{q_j}{p_i}. \quad (2)$$

⁷ Эдвардс Хастингс Чемберлин (1899–1967) — американский экономист. В 1937–1966 гг. профессор Гарвардского университета. В подготовленной в 1925–1927 гг. диссертации, ставшей основой изданной в 1933 г. «Теории монополистической конкуренции» (русский перевод 1959 г.), выступил против восходящей к А. Маршаллу дихотомии между чистой конкуренцией и монополией, утверждая, что реальные рынки представляют смесь конкуренции и монополии; внес заметный вклад в теорию олигополии.

Джо Бэйн (р. в 1912 г.) — американский экономист, один из основателей (вместе со своим учителем Эдвардом Мэйсоном) современной *теории организации промышленности* (industrial organization) как прикладной микроэкономики.

⁸ Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 264–265.

Первый характеризует влияние изменения цены j -го предприятия на выпуск (продажи) i -го, второй — влияние выпуска (продажи) j -го предприятия на цену i -го. Чем выше ценовая перекрестная эластичность (1), тем, следовательно, выше однородность выпускаемых этими предприятиями товаров, тем более совершенна их взаимозаменяемость. Чем выше объемная (количественная) перекрестная эластичность (2), тем более жестка взаимозависимость предприятий. Если она близка к нулю, каждый продавец может игнорировать реакцию конкурентов на свои действия, сколько бы их не было на рынке и сколь близкими субститутами его товару не были бы предлагаемые ими. Если же объемная перекрестная эластичность высока, взаимозависимость продавцов значительна, ни один из них не может игнорировать реакцию других на свое поведение, даже если предлагаемые на таком рынке товары весьма неоднородны.

К двум предложенным Э. Чемберлином критериям классификации рынков, взаимозаменяемости товаров (их ценовой перекрестной эластичности) и взаимозависимости предприятий (их перекрестной объемной эластичности), Дж. Бейн⁹ добавил третий — *условие входа на рынок*. Это условие (E) в обобщенном виде определяется *относительным* превышением действительной цены товара (P_L) его конкурентной цены, равной средним общим затратам длительного периода ($P_C = LATC$):

$$E = \frac{P_L - P_C}{P_C}. \quad (3)$$

Чем выше значение E , тем привлекательнее рынок для новых продавцов, тем вероятнее их *вход* на рынок, и наоборот, чем оно ниже, тем менее привлекателен для них рынок и тем вероятнее их отказ от входа. Заметим, что и в случае привлекательности рынка укоренившиеся на нем предприятия могут использовать *естественные* или *искусственно возведенные* ими *барьеры* для предотвращения входа на рынок новых продавцов. В частности, в случае монополии, как правило, $E > 0$, но

⁹ *Bain J.*: 1) Chamberlin's Impact on Microeconomic Theory // Monopolistic Competition Theory : Studies and Impact / Ed. by R. Kuenne. New York, 1967; 2) Condition of Entry and the Emergence of Monopoly // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 227-237.

вход на монополизированный рынок так или иначе *блокирован* и безопасности монополии никто не угрожает.

Классификация товарных рынков на основе этих трех критериев представлена в табл. 2. Подобным же образом можно классифицировать и рынки факторов производства.

Таблица 2

Классификация товарных рынков (по Чемберлину и Бэйну)¹⁰

Тип строения рынка	Взаимозаменяемость товаров ($e_{i,j}^p$)	Взаимозависимость предприятий ($e_{i,j}^q$)	Условие входа
Совершенная конкуренция	$\rightarrow \infty$	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$
Монополистическая конкуренция	$0 < e_{i,j}^p < \infty$	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$
Однородная олигополия	$\rightarrow \infty$	$0 < e_{i,j}^q < \infty$	$E > 0$
Неоднородная олигополия	$0 < e_{i,j}^p < \infty$	$0 < e_{i,j}^q < \infty$	$E > 0$
Монополия	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$	Вход блокирован

Ни в коем случае не следует полагать, что все разнообразие рыночных форм, существующих в реальной действительности, исчерпывается указанными в таблице пятью типами строения рынка. Напротив, их многообразие необозримо. Вопрос в том, как сделать его познаваемым. Этим и занимается экономическая теория. «Создавая морфологический аппарат, — писал В. Ойкен, — она добивается чрезвычайной *простоты*. Не наука вносит многообразие. Она делает как раз *противоположное*: редуцирует необозримое богатство конкретных порядков к чистым формам, число которых ограничено и которые обладают более простыми свойствами. Благодаря этому становится возможным

¹⁰ Приводится с некоторыми изменениями по: *Koutsoylannis A. Modern Microeconomics*. 2nd ed. Houndmills ; Basingstock, 1994. P. 7. Характеристики ценовой и объемной перекрестной эластичности в случае монополии определяются относительно товаров и предприятий других отраслей.

теоретический анализ экономических процессов, невзирая на все их многообразие, наблюдаемое в истории». ¹¹

Отсюда важный для понимания материала IV и V частей вывод. В них под именами совершенной и монополистической конкуренции, монополии и олигополии рассматриваются не реально функционирующие рынки, а их «чистые формы», идеальные модели, или, как иногда говорят, теоретические *конструкты* рынков разного строения. Совокупность этих моделей образует теоретический инструментарий для анализа конкретных реальных рынков и, если в этом есть необходимость, разработки мер по их регулированию или, напротив, дерегулированию.

КОНКУРЕНЦИЯ? СОПЕРНИЧЕСТВО? СОРЕВНОВАНИЕ?

Субъекты рынка могут находиться в отношениях *конкуренции* или *соперничества*, соответственно быть *конкурентами* или *соперниками*. Союз «или» выражает здесь не тождественность, а, напротив, различие связываемых им понятий. С самого начала следует понять, что в экономической теории в отличие от обиходной речи термины «конкуренция» и «соперничество» не синонимичны, они имеют разное содержание. И это особенность не только русского языка. Приведем соответствующие пары терминов из экономической лексики основных европейских языков.

Русский: конкуренция — соперничество.

Английский: competition — rivalry.

Немецкий: Konkurrenz — Wettbewerb.

Французский: concurrence — rivalité.

Небольшой экскурс в область сравнительного языкознания и этимологии для любознательных. Слова *конкуренция*, *Konkurrenz*, *concurrence* происходят от латинского *concurro* — сбегаться, сталкиваться (*con* — вместе, *currere* — бежать), тогда как английское *competition* восходит к латинскому *competitionem* (*com* = *con* + *petito* — стремление достать что-то, добиться чего-либо, притязать на что-то). Английское *rivalry* и французское *rivalité* восходят к латинскому *rivalitas* — соперничество (ср.: *rivalis* — пользующийся водой из того же ручья, сосед по оросительному каналу). Интересно (и полезно) заметить, что к той же латинской ос-

¹¹ Ойкен В. Экономические системы // THESIS : Теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. Т. 1, № 2. С. 49.

нове многие лингвисты возводят и русское *соревнование*, хотя это мнение нередко оспаривается,¹² а вот русское *соперничество* происходит от несохранившегося *пья* (ср.: прения, спор). Наконец, немецкое *Wettbewerb* является производным от глагола *bewerben* — добиваться чего-либо, состязаться, соревноваться. Обратите внимание, что, хотя в немецком языке есть слово той же этимологии и с тем же объемом понятия, что и английское *rivalry* и французское *rivalité* — *rivalitat*, в качестве термина в немецкоязычной литературе по экономике используется не оно, а, как уже говорилось, *Wettbewerb*. То же самое произошло и с русскими словами *соревнование* и *соперничество*.

Для нас важно, конечно, не этимологическое, а содержательное различие терминов «конкуренция» и «соперничество». В самом общем виде оно заключается в следующем: «В современном понимании термин „соперничество“ относится к действительно поведению, тогда как термин „конкуренция“ относится к определяющей строение рынка модели, используемой для предсказания поведения на определенном рынке».¹³ Вернувшись к классификации товарных рынков, представленной в табл. 2, нетрудно понять, что поведение экономических агентов может иметь характер соперничества лишь при олигопольном строении рынка, когда их взаимозависимость положительна и достаточно высока ($0 < e_{i,j}^q < \infty$) и они не могут игнорировать реакцию *соперников* на свои действия. С другой стороны, поведение монополиста или полиполиста не может характеризоваться как соперничество, поскольку на рынках такого строения взаимозависимость экономических субъектов ничтожно мала ($e_{i,j}^q \rightarrow 0$). Таким образом, обусловленная недостаточностью ресурсов конкуренция между альтернативными целями их использования, о которой говорилось в разделе 1.1, может принять форму соперничества субъектов рынка, в которых эти цели персонифицированы.

В чем проявляется соперничество? Среди продавцов (производителей) оно проявляется в предложении новых продук-

¹² См., например: Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М., 1994. Т. 2. С. 104; Шанский Н. М. и др. Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1961. С. 285; Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М., 1971. Т. 3. С. 455.

¹³ *Clarcson K., Miller R. Industrial Organization : Theory, Evidence, and Public Policy. New York, 1982. P. 110.*

тов, улучшении качества уже выпускаемых, рекламировании своих товаров, специальных мерах по продвижению их на рынок и т. п. Среди покупателей (потребителей) соперничество может принять характер поиска более выгодных (во всех отношениях) поставщиков, стремления получить ценовые скидки, предложения более высокой цены за дефицитные блага, попыток подкупа должностных лиц, представляющих интересы контрагентов, и т. д. Ярко выраженное соперничество может наблюдаться в поведении субъектов, которые в то же время не могут быть названы совершенными конкурентами, как например крупнейших автомобилестроительных компаний. Но и наоборот, совершенная конкуренция наблюдается на тех рынках, где такое явное соперничество отсутствует, например среди фермеров или крестьян-собственников.

Из сказанного выше очевидно, что различие конкуренции и соперничества могло возникнуть лишь с появлением и развитием теории строения рынка, его морфологии. Действительно, экономисты-классики не различали этих понятий, говоря обычно просто о *свободной конкуренции*. Именно свободная конкуренция в ее противопоставлении монополии и была стержнем парадигмы классиков.¹⁴ Но, говоря о свободной конкуренции, они прежде всего имели в виду соперничество. Как заметил Дж. Стиглер, «„конкуренция“ вошла в экономическую теорию из бытового языка, и в течение длительного времени это слово обозначало только независимое соперничество двух или более лиц».¹⁵

¹⁴ «...Лишь благодаря принципу конкуренции политическая экономия имеет право притязать на научный характер. В той мере, в какой размер ренты, прибыли, заработная плата и цены определяются конкуренцией, для них можно установить законы» (Милль Дж. С. Основы политической экономии. М., 1980. Т. 1. С. 394).

Джон Стюарт Милль (1806–1873) — английский философ, экономист и общественный деятель, сын философа, историка и экономиста Джеймса Милля (1773–1836), давшего, по словам Ш. Жида, сыну «сверхчеловеческое воспитание, которое всякого другого превратило бы в дурака» (Жид Ш. История экономических учений. М., 1915. С. 438), последний из плеяды экономистов-классиков. Его «Основы политической экономии» в течение полувека служили стандартным учебником политической экономии в большинстве университетов с преподаванием на английском языке. В 1825–1858 гг. на службе в Ост-Индской компании, в 1865–1868 гг. — член палаты общин.

¹⁵ Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. СПб., 1995. С. 300. (Веки экономической мысли ; Вып. 2).

Адам Смит, например, прямо отождествлял конкуренцию с «опытом» или «обострением соперничества». ¹⁶

Классики понимали, конечно, что не всегда и не везде *свободная конкуренция* совершенно и одинаково свободна, они признавали, что ее собственные последствия могут быть в некоторых ситуациях ограничены или перекрыты действием каких-то других факторов, например обычаев. Поэтому-то, чтобы, применяя выводы «политической экономии» к явлениям реального мира, избежать ошибок, Дж. С. Милль требовал учитывать «не только то, что произойдет при воображаемом условии максимального господства конкуренции, но и то, насколько изменится результат, если господство конкуренции будет неполным». ¹⁷ Реализовать данное требование экономисты смогли, однако, лишь тогда, когда эта степень неполноты «господства конкуренции» получила свою (качественную) меру в теории строения рынков, их типологии.

Следствием становления и развития этой теории стало столь глубокое очищение понятия конкуренции от каких-либо элементов соперничества, что теперь «глагол „конкурировать“ (to compete), если он используется не в отношении таких видов деятельности, которые в некотором смысле являются „монополистическими“, не имеет никакого содержания в экономической теории». ¹⁸ Более того, в той обособившейся от основного корпуса микроэкономической теории науке (и учебной дисциплине), центром внимания которой является поведение предприятий, в той или иной мере обладающих *рыночной* или, если говорить о товарных рынках, *монопольной властью*, и которую называют *организацией*, или *экономикой, промышленности* (англ. industrial organization or economics), стандартным стало использование термина *соперничество* (rivalry, rivalité, Wettbewerb) и производных от него, а не термина «конкуренция».

Джордж Стиглер (1911–1992) — американский экономист; в 1982 г. получил Нобелевскую премию за исследования отраслевых структур, функционирования рынков и последствий государственного регулирования.

¹⁶ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. (Книги I–III). М., 1993. С. 175.

¹⁷ Милль Дж. С. Основы... С. 401.

¹⁸ McNulty P. Economic Theory and the Meaning of Competition // Quart. Journ. Econ. 1968. Vol. 82, N 4. P. 650.

Понимание различия данных терминов является непременным условием усвоения этой части курса. Так, вы должны быть готовы к пониманию того, что поведение предприятий на рынке *совершенной конкуренции* (глава 9) не содержит никаких признаков соперничества, тогда как поведение субъектов *олигополистического рынка* (глава 11), относимого обычно к рынкам *несовершенной конкуренции*, характеризуется прежде всего и главным образом именно соперничеством.

РЫНКИ И ОТРАСЛИ

Мы познакомились с основами строения рынков и его значением для анализа поведения экономических субъектов, но не оговорили при этом никаких принципов разделения рынков, установления их границ. Не коснулись мы и вопроса о том, почему вообще нужно заниматься изучением строения отдельных рынков, если в действительности существует единый национальный, а для открытых экономик и мировой рынок, на котором продаются и покупаются если и не все вообще, то все *свободно передаваемые* (англ. transferable) блага, т. е. действует принцип их *всеобщей заменяемости*.

Для микроэкономической теории всякий *единичный рынок* (англ. single market) — это способ *игнорировать всеобщую заменяемость* или взаимосвязь всех благ, чтобы сосредоточиться на *частичном* (англ. partial) равновесии на рынке определенного единичного товара вне зависимости от того, что происходит за его пределами. Так, например, можно рассматривать рынок костромского сыра вне зависимости от того, что происходит на рынке сыра российского, или рынок мягких сыров вне зависимости от твердых, или рынок сыров в целом вне зависимости от рынка колбас и т. д. Сколь далеко может простираться это «и так далее»? Ведь приведенный пример может побудить нас предположить, что всякий единичный рынок может быть сколь угодно глубоко дифференцированным и сколь угодно же высокоагрегированным. Это, однако, не вполне так.

В свое время Джоан Робинсон определила единичный товар как произвольно изолированное от других благо, которое в практических целях может рассматриваться как *внутренне одно-*

родное.¹⁹ При этом под внутренней однородностью понимается совершенная или близкая к совершенной взаимозаменяемость отдельных единиц блага, которая, как мы знаем из раздела 4.3, характеризуется ценовой перекрестной эластичностью спроса (1).

Поэтому вслед за Дж. Робинсон экономисты согласились представлять весь товарный мир как цепь *субститутов*, в которой, однако, есть *разрывы* — резкие изменения в значении коэффициентов перекрестной эластичности смежных товаров. *Эти разрывы и представляют границы единичных товарных рынков, а заключенные между ними участки цепи — сами эти рынки.* Легко видеть, что если индексы i, j в (1) будут обозначать не разные товары, а разные регионы, на территории которых продается и покупается некоторый единичный товар, то посредством тех же рассуждений мы придем к понятию не *товарных*, а *географических* границ региональных рынков.

Такой подход к определению единичных рынков и их границ неоднократно критиковался прежде всего из-за избыточной симметричности, на которой он основан: двигаясь в одном направлении вдоль цепи субститутов, мы можем столкнуться не только с убывающей, но и с возрастающей перекрестной эластичностью спроса соседних товаров. Далее, некоторые экономисты подчеркивали, что, поскольку в известном смысле все товары являются взаимозаменяемыми и все они конкурируют за кошелек потребителя, единственно важной теоретической проблемой является проблема не частного, а *общего* (англ. *general*) равновесия.²⁰

Понятию «рынок» близко, хотя и не идентично, понятие «отрасль». Если *рынки объединяют продавцов и покупателей* товаров, являющихся близкими субститутами с точки зрения их покупателей, то *отрасли объединяют продавцов* (производителей) товаров, являющихся близкими субститутами в производстве, или «на стороне предложения». Рынок в определенном смысле больше отрасли, так как он включает не только продавцов близких (по спросу) субститутов, но и их покупате-

¹⁹ Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1986. С. 53.

²⁰ См., например: Triffin R. Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory. Cambridge, Mass., 1939.

лей. Однако отрасль, как правило, шире рынка. Так, автомобилестроение как отрасль обслуживает несколько рынков, на которых предъявляется (часто непересекающийся) спрос на автомобили разных типов и классов. Для анализа цен и выпуска определенного товара удобно рассматривать рынок данного товара, а для изучения условий и возможностей входа на этот рынок и ухода с него — исследовать отрасль. Ведь потенциальный новичок скорее всего принадлежит к той же отрасли, хотя и обслуживает другой рынок, та же отрасль скорее всего останется и пристанищем для предприятия, покидающего один рынок и переключающегося на обслуживание другого.

Есть и еще одна причина несовпадения объема понятия и границ рынков и отраслей. В открытой экономике даже на единичном рынке продаются и покупаются товары, произведенные отраслями экономики других стран, а часть продукции отраслей национальной экономики экспортируется и продается на внешних рынках по ценам, отличающимся от цен той же продукции на национальном рынке. Тем не менее оба понятия — рынка и отрасли — тесно связаны. Нередко организация промышленности определяется как «область экономической теории, помогающая объяснить, почему рынки организованы так, а не иначе и как их организация влияет на характер их функционирования».²¹ В этом определении понятия «рынок» и «отрасль» трактуются едва ли не как идентичные.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ МАТЕРИАЛА

Вернувшись к табл. 2, можно поставить и такой вопрос: в какой последовательности лучше изучать (и представлять) поименованные в ней типы строения рынка? Следует ли начинать его сверху, с совершенной конкуренции, или снизу, с монополии. Вопрос этот по-разному решался крупнейшими экономистами XIX в., заложившими фундамент современной экономической теории. Дилемма, с которой им пришлось столкнуться при построении основанной на последовательном использовании математических моделей экономической теории, заключалась в

²¹ *Clarcson K., Miller P. Industrial Organization. P. 8.*

следующем: должна ли эта теория быть организована по принципу восхождения от простого к сложному или от общего к особенному.

Первый путь, от монополии к конкуренции, избрал А. Курно в опубликованном в 1838 г. «Исследовании математических принципов теории богатства», первой теоретико-экономической работе, основанной на использовании системы математических моделей. Курно так аргументировал избранную им логику исследования рынков разного строения: «При всяком построении необходимо исходить из какой-либо простой предпосылки. Наиболее же простой гипотезой, приемлемой при отыскании законов, определяющих цены, является гипотеза монополии, понимая последнюю в абсолютном смысле, т. е. предположив производство товаров сосредоточенным в руках одного лица. Гипотеза эта не является чистой фикцией; она осуществляется в некоторых случаях; кроме того, изучив ее, мы сможем более точно анализировать влияние конкуренции производителей».²² Действительно, монополию можно признать наиболее простым типом строения рынка хотя бы потому, что здесь предприятие-монополист *тождественно отрасли* (или «стороне предложения» монополизированного рынка).

Противоположный путь — от неограниченной конкуренции и монополии — избрал другой экономист, создатель экономико-математической модели общего равновесия Л. Вальрас, которого нередко называют Ньютоном политической экономии. В опубликованных в 1874 г. «Основаниях чистой политической экономии» он прямо противопоставил свою программу программе А. Курно. «Он, — пишет Вальрас о Курно, — переходит от случая свободно данного природой продукта к производимому продукту и от максимизации валовой выручки к максимизации чистой выручки; затем от ситуации с единичным монополистом к ситуации с двумя монополистами (дуополии) и, наконец, от монополии к неогра-

²² Cournot A. Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses. Paris, 1938. P. 59–60.

Антуан Огюстен Курно (1801–1877) — французский математик, экономист, философ, признанный родоначальник широкого применения математического моделирования в экономической теории. Профессор математики в Лионе (с 1834 г.), ректор академии в Гренобле (с 1835 г.) и Дижоне (с 1854 г.). При жизни А. Курно его экономико-математические работы не получили признания.

ниченной конкуренции. Я же, со своей стороны, предпочитаю начать с неограниченной конкуренции как общего случая и затем идти в сторону монополии как особому случаю».²³ Это предпочтение легко объясняется общим взглядом Вальраса на предмет политической экономии: «Чистая политическая экономия — это, по существу, теория цен при гипотетическом режиме совершенно свободной конкуренции».²⁴ Здесь очевидна близость воззрений Вальраса к представлениям классиков о свободной конкуренции, отождествление ее со свободным рынком вообще.

Последующее развитие экономической науки, да и сам ход событий привели экономистов к отказу от попыток построить теорию путем восхождения от одной нереалистичной модели к другой, будь то от монополии к совершенной конкуренции, как это делал А. Курно, или в противоположном направлении, как это делал Л. Вальрас. В середине 30-х гг. XX в. после Великой депрессии фокус исследований быстро сместился к лежащему между этими двумя гипотетическими крайностями центру — к рынкам монополистической конкуренции и олигополии. Их субъекты, во-первых, находятся в состоянии соперничества, а во-вторых, в той или иной степени обладают рыночной (монопольной) властью. Импульсом, вызвавшим этот резкий сдвиг, стал выход в 1933 г. по обе стороны Атлантики книг Э. Чемберлина и Дж. Робинсон, уже упомянутых нами, а также «запоздавшей» на год книги Г. фон Штакельберга.²⁵ Спустя два десятилетия после не-

²³ *Walras L. Elements of Pure Economics or The Theory of Social Wealth / Transl. by W. Jaffe. New York, 1969. P. 440.*

Леон Мари Эспри Вальрас (1834–1910) — швейцарский экономист французского происхождения, сын французского экономиста и философа Антуана Огюста Вальраса (1801–1866), оказавшего большое влияние на формирование у сына интереса к экономико-математическим исследованиям; профессор университета в Лозанне (1870–1892). Экономисты обязаны Л. Вальрасу не только его моделью общего равновесия, но и интернационализацией и профессионализацией экономической науки, в которые он вложил много сил, времени и средств и которые знаменовали завершение так называемой маржиналистской революции 1838–1874 гг. См.: *Hovey R. The Origins of Marginalism // The Marginal Revolution in Economics. Interpretation and Evaluation / Ed. by R. D. Collison Black et al. Durham, 1973.*

²⁴ *Walras L. Elements... P. 40.*

²⁵ *Stackelberg H. von. Marktform und Gleichgewicht.*

Генрих фон Штакельберг (1905–1946) — немецкий экономист, родился в Кудиново под Москвой, отец из старинного рода остзейских баронов, мать —

которой корректировки своей теории монополистической конкуренции Чемберлин прямо говорил о ней: «Это не теория несовершенств в каком-либо смысле, это — общая теория, предназначенная заменить общепризнанную теорию чистой конкуренции (например, Маршалла или Вальраса) в качестве отправной точки и базы для анализа всей экономики».²⁶

Поэтому изучению этих промежуточных (с точки зрения морфологии рынка), но наиболее близких к реалиям типов строения рынка должно предшествовать изучение природы, особенностей и инструментов реализации рыночной власти. В этих целях в структуре IV части им предпосланы гипотетические (по большей части) модели совершенной конкуренции, где какие-либо элементы монопольной власти совершенно отсутствуют (глава 9), и монополии, где такая власть проявляется наиболее полно (глава 10). Эта последовательность представления материала практически традиционна для подавляющего большинства курсов микроэкономики.

Отсутствие рыночной власти в условиях совершенной конкуренции проявляется, в частности, в том, что здесь всякое предприятие вынуждено продавать свою продукцию по не зависящей от него рыночной цене. Она и является независимой переменной в модели совершенной конкуренции, а находящееся в этих условиях предприятие часто называют *ценополучателем* (англ. price taker). Его выбор сводится лишь к принятию решения о величине выпуска.

Напротив, обладая абсолютной рыночной властью, предприятие-монополист может выбрать в качестве независимой переменной либо выпуск, либо цену, но не то и другое одновременно, ведь комбинация цена—выпуск однозначно задана функцией спроса на его продукцию. На практике почти все такие предприятия выбирают в качестве независимой переменной цену, предостав-

аргентинка. После революции семья выехала (через Ялту) в Германию. Окончил университет в Кельне (1927), ассистент, доцент, профессор в университетах Кельна (1928–1935), Берлина (1935–1941), Мадрида (1943–1945). Одним из первых немецких экономистов принял неоклассическую теорию цены и затрат, способствовал распространению в Германии экономико-математических методов и моделей.

²⁶ Chamberlin E. Monopolistic Competition Revisited // *Economica*. N. S., 1951. Vol. 18, N 72. P. 343.

для рынка возможность определять величину выпуска. Поэтому их часто называют *ценообразователями* (англ. price maker) или *ценоустановителями* (англ. price setter). В теории же в качестве независимой переменной в модели монополии обычно принимают величину выпуска, оставляя рынку право определения соответствующей цены. Оба эти подхода эквивалентны, хотя второй обладает некоторыми практическими удобствами.

Наконец, на рынке олигополии предприятие является, скорее всего, *ценоискателем* (англ. price searcher). Хотя олигополист и обладает в известной степени рыночной властью, он не может установить цену столь простым образом, как это делает монополист. Ему приходится думать о том, как на его ценовое решение будет *реагировать* соперник. Мир олигополии подобен *играм*, в которых за каждым ходом одного игрока следует ответный ход соперника, так что в конечном счете исход игры *не предопределен*. Отсюда множество моделей олигополии, использование при ее изучении *теории игр*.

Предприятиям, работающим на рынке монополистической конкуренции, нет необходимости учитывать, принимая свои решения, предполагаемые реакции на них со стороны множества конкурентов. В отличие от олигополистов монополистически конкурентные предприятия не являются взаимозависимыми. Их поведение ближе к поведению совершенно конкурентных предприятий, чем поведение олигополистов. Неоднородность продукции, ее дифференциация дают таким предприятиям определенную степень рыночной власти при *назначении цен*. Теперь нам понятно, что различие между совершенной и монополистической конкуренцией не сводится лишь к однородности — неоднородности товара в глазах покупателей, а предполагает отсутствие в первом и наличие во втором случае элементов рыночной власти. Поэтому мы можем утверждать с большой степенью уверенности, что поведение субъектов рынков этих двух типов будет достаточно различным, чтобы *не объединять* их общим названием полиполии, как это было сделано в табл. 1.